

RELATÓRIO DE OUVIDORIAS

2020

FEBRABAN

Federação Brasileira de Bancos

SUMÁRIO

Apresentação	4
Sobre este relatório	6
O papel e as atribuições das ouvidorias	7
A Comissão de Ouvidorias e Relações com Clientes da FEBRABAN	9
Multiplicidade dos canais de atendimento	10
Canais de atendimento bancário	11
Canais em evolução	13
Canais de relacionamento através do tempo	14
COVID-19: iniciativas e impactos para o setor	15
Iniciativas do setor bancário para amenizar os efeitos do novo coronavírus. . .	15
Canais de atendimento e os desafios impostos pela pandemia	18
Cultura do cumprimento de normas: autorregulação de ouvidorias	21
Atuação institucional da Comissão de Ouvidorias da FEBRABAN em 2020 ...	23
Ouvidoria e Você – As ouvidorias mais próximas dos consumidores	23
Seminário de Relacionamento com o Consumidor (SEMARC)	24
Realização de mesas de diálogo entre Defensorias Públicas e instituições financeiras	25
Relacionamento com o Banco Central.	25
Cooperação com o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor	25
Proteção dos consumidores potencialmente vulneráveis	26
Indicadores setoriais de atendimento	27

APRESENTAÇÃO

A Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN), por meio de sua Comissão de Ouvidorias e Relações com Clientes, tem a satisfação de publicar a quarta edição do seu Relatório de Ouvidorias. Esta publicação traz um panorama de como o setor bancário vem aperfeiçoando os seus canais de ouvidoria e as suas práticas de atendimento aos consumidores.

Em 2020, a pandemia de COVID-19 colocou à prova a resiliência das instituições financeiras e, como toda crise, trouxe também oportunidades e aprendizados. Os bancos responderam aos desafios operacionais e de continuidade de negócios com prontidão, mantendo a qualidade e a segurança de seus serviços, tão essenciais à sociedade. Graças a uma infraestrutura robusta, os canais digitais dos bancos cumpriram seu papel para contribuir com o isolamento social e, sobretudo, com a manutenção dos serviços bancários no País.

A adaptação ao ambiente digital é um processo que já vinha sendo conduzido de forma contínua e consistente pelos bancos, impulsionado pelo novo perfil de um consumidor que prioriza a comodidade e a segurança na oferta de serviços. Com a pandemia, houve uma intensificação desse movimento. Exemplo disso é o aumento de 22% nas transações realizadas por pessoas físicas via mobile banking, registrado no período entre janeiro e abril de 2020. Além disso, a participação desse canal no total de transações passou de 57% em janeiro de 2020 para 67% em abril do mesmo ano. Os dados são da Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2020.

A edição especial do Observatório FEBRABAN, publicada em dezembro de 2020, revela também que 58% dos entrevistados passaram a usar mais os canais digitais. Além disso, cumpre mencionar que segundo dados do Banco Central, divulgados em outubro, quase 10 milhões de brasileiros se bancarizaram desde março.

A relevância desses números se reflete na evolução dos canais de relacionamento com o consumidor, que têm se adaptado a esse cenário para manter o atendimento de forma efetiva e célere, em um momento sensível e de incertezas para todos.

Esse movimento não teria sucesso sem os investimentos em tecnologia que as instituições financeiras já vinham fazendo, com o objetivo de se aproximar das necessidades de

Acesse a 5ª edição do Observatório Febraban, que aborda como a pandemia acelerou a bancarização e o uso de canais digitais no Brasil



seus clientes. Assim, os bancos puderam estar preparados para se mobilizar, em termos de processos, atendimento e sistemas, e para responder às rápidas transformações impostas pela pandemia.

Vale também ressaltar o papel social das instituições financeiras nesse contexto. Foram realizadas vultosas doações, renegociações de dívidas de clientes, ofertas de crédito facilitadas e campanhas com informações relevantes para os consumidores, entre outras iniciativas.

No relacionamento dos bancos com os órgãos de defesa do consumidor, o trabalho das ouvidorias das instituições financeiras na agenda de construção e consolidação de melhores relacionamentos continuou marcado por confiança, respeito e cooperação e pelo comprometimento com a satisfação e as necessidades dos consumidores.

Para apoiar a análise dos indicadores de ouvidorias e canais de atendimento ao consumidor, esta publicação traz também os dados setoriais mais relevantes e as principais ações que vêm sendo desenvolvidas pela Comissão de Ouvidorias e Relações com Clientes da FEBRABAN. Portanto, este relatório também representa um instrumento de prestação de contas à sociedade que reforça o compromisso das instituições financeiras com a transparência e a melhoria contínua.

Desejamos a todos uma ótima leitura.

O trabalho das ouvidorias das instituições financeiras na agenda de construção e consolidação de melhores relacionamentos continuou marcado por confiança, respeito e cooperação e pelo comprometimento com a satisfação e as necessidades dos consumidores.



Nairo Vidal

Diretor Setorial de Ouvidorias e Relações com Clientes da FEBRABAN



Amaury Oliva

Diretor de Sustentabilidade, Cidadania Financeira, Relações com o Consumidor e Autorregulação da FEBRABAN

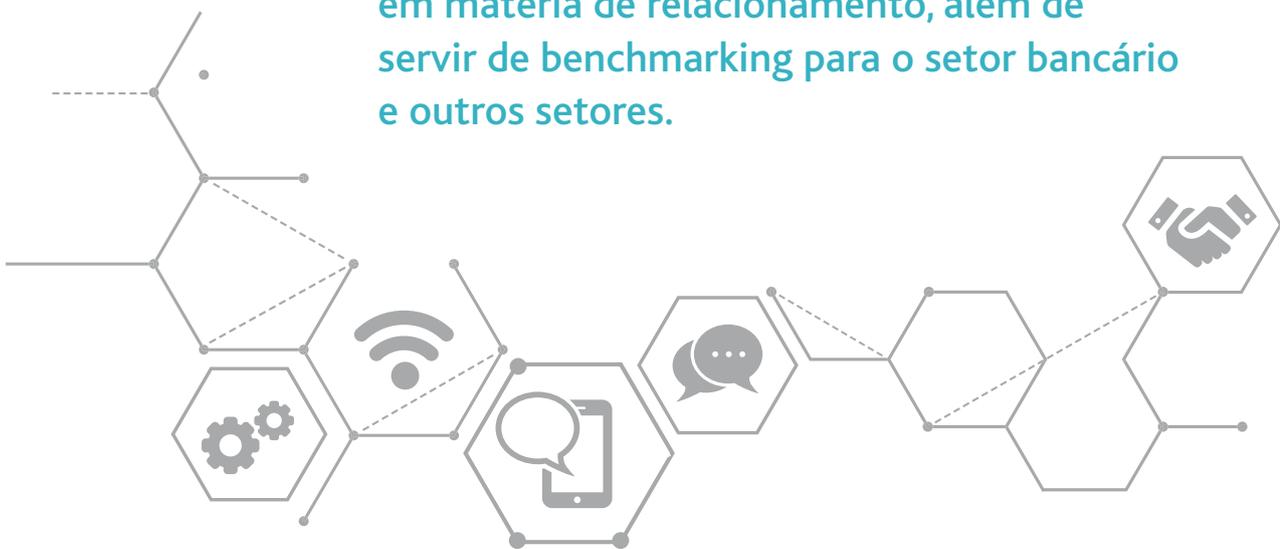
SOBRE ESTE RELATÓRIO

Esta publicação traz informações relacionadas ao setor bancário, aos seus canais de atendimento a clientes e, mais especificamente, à atuação de suas ouvidorias. O relatório tem como destinatários a sociedade e os stakeholders da indústria bancária, e apresenta as iniciativas e realizações da Comissão de Ouvidorias e Relações com Clientes no ano de 2020, além de indicadores setoriais de atendimento.

Entre os deveres das ouvidorias das instituições financeiras está a elaboração de relatório semestral quantitativo e qualitativo referente às atividades por elas desenvolvidas, por força da **Resolução 4.860, de 23 de outubro de 2020**, do Conselho Monetário Nacional.

Para além dessa obrigatoriedade, de forma absolutamente voluntária, os membros da Comissão de Ouvidorias e Relações com Clientes da FEBRABAN decidiram, em 2018, desenvolver um relatório setorial sobre o tema.

Esta publicação é um instrumento de prestação de contas e também ressalta as boas iniciativas em matéria de relacionamento, além de servir de benchmarking para o setor bancário e outros setores.



O PAPEL E AS ATRIBUIÇÕES DAS OUVIDORIAS

A ouvidoria vai além de um canal de relacionamento. Seu papel dentro da organização é estratégico. Suas atribuições são determinadas pelo regulador e extrapolam a recepção e o tratamento de demandas dos clientes.

É fato que a face mais conhecida das ouvidorias dos bancos é, sem dúvida, a interação com os consumidores. Mesmo sob esse aspecto, a ouvidoria possui um diferencial em relação aos demais canais, uma vez que funciona como última instância de atendimento nas demandas de clientes e usuários que não tenham sido solucionadas nos canais de atendimento primários (tais como agência e Serviço de Atendimento ao Cliente).

A mediação de conflitos e a atuação como canal de comunicação entre a instituição financeira e os clientes são as funções mais conhecidas das ouvidorias perante o público em geral. Essas atribuições são especialmente importantes nos processos de desjudicialização de conflitos, construção da confiabilidade na tratativa de demandas realizadas pelo próprio banco e substituição da cultura do conflito pela da conciliação.

Além dessa importante missão, as ouvidorias estão submetidas a diversas regras de competências e vedações. É dever da ouvidoria reportar suas atividades ao conselho de administração ou à diretoria da instituição (a depender da prática de governança adotada), informando inclusive sobre deficiências e problemas enfrentados no cumprimento de suas atribuições. A estrutura da ouvidoria deve ser compatível com a natureza e a complexidades dos produtos, serviços, atividades, processos e sistemas da instituição. É também atribuição da ouvidoria elaborar e encaminhar semestralmente à auditoria interna, ao comitê de auditoria (se existente) e ao conselho de administração um relatório qualitativo e quantitativo de suas atividades.

Todos os atendimentos da ouvidoria devem ser realizados de forma gratuita e gravados, quando realizados por telefone. Além disso, os atendimentos devem ser respondidos em até dez dias úteis e identificados por meio de um número de protocolo. A divulgação do canal de ouvidoria também possui regras específicas e deve ser a mais ampla possível (em recintos da instituição financeira, correspondentes, sites, extratos, contratos, material publicitário etc.).

As instituições financeiras também estão obrigadas a incluir a ouvidoria em seu estatuto ou contrato social e tratar de aspectos como atribuições, critérios de nomeação e destituição do ouvidor, entre outros. Outra obrigatoriedade é designar o diretor responsável pela ouvidoria e o ouvidor perante o regulador.

Por fim, quando o assunto é garantir a qualidade do atendimento, o regulador determina que os integrantes da equipe de ouvidoria devem ser necessariamente certificados. O conteúdo mínimo obrigatório para a certificação envolve ética, direitos do consumidor e mediação de conflitos.

Além de todas as atribuições que lhes são inerentes, fica cada vez mais latente o papel das ouvidorias na concepção e no aprimoramento de produtos e serviços bancários. Ao receber e tratar as demandas dos clientes e consumidores, os ouvidores podem vislumbrar as consequências (positivas ou negativas) de cada produto lançado no mercado. Sua visão e posição estratégicas lhes permitem identificar a causa raiz dos problemas e opinar com assertividade aos gestores de produtos.

Mais do que solucionar as demandas dos consumidores, as ouvidorias são, sem dúvida alguma, uma importante ferramenta para subsidiar e implementar melhorias em processos, na oferta de produtos e serviços e, conseqüentemente, no relacionamento da instituição financeira com os seus consumidores.

Resolução nº 4.860 do Banco Central

Como parte de um esforço do Banco Central e do Conselho Monetário Nacional em organizar e consolidar as normas que disciplinam a constituição e o funcionamento das ouvidorias, foi publicada a Resolução nº 4.860, em outubro de 2020. A norma, que entrou em vigor no dia 1º de dezembro de 2020, revogou as Resoluções nº 4.433, de 23 de julho de 2015 e nº 4.629, de 25 de janeiro de 2018.

A consolidação desses atos normativos, de acordo com o próprio regulador, promove uma completa revisão das normas sobre o tema,

que consiste na atualização de termos, dos conceitos e da linguagem e na eliminação das ambigüidades e das duplicidades de comandos e de dispositivos obsoletos ou tacitamente revogados por normas supervenientes.

A resolução define, sob o aspecto legal, a finalidade, a organização e o funcionamento das ouvidorias, além de dispor sobre a obrigação da elaboração de relatório semestral quantitativo e qualitativo referente às atividades desenvolvidas pela ouvidoria.

A COMISSÃO DE OUVIDORIAS E RELAÇÕES COM CLIENTES DA FEBRABAN

Dada a importância histórica do tema para os bancos, o relacionamento com o cliente é assunto tratado dentro de cada instituição financeira e debatido setorialmente na FEBRABAN há pelo menos duas décadas.

Em 2001, o tema passou a ser endereçado na FEBRABAN por meio de uma Subcomissão de Relações com Clientes. Em 2007, reconhecendo a evolução e importância do tema, a Subcomissão foi elevada ao status de Comissão, sendo denominada Comissão de Ouvidorias e Relações com Clientes (CORC). Atualmente, a Comissão conta com a participação de 33 ouvidores de instituições financeiras de todos os portes, traduzindo a abrangência e a diversidade do sistema financeiro no Brasil.

Em um ambiente franco e colaborativo, a Comissão troca experiências e realiza benchmarkings e debates sobre sua área de atuação. Os diálogos se dão entre os bancos e também com outras entidades relacionadas ao setor financeiro, como o Órgão Regulador, Órgãos e Entidades de Proteção e Defesa do Consumidor, Ministério Público e Defensorias Públicas.

A Comissão utiliza todo o aprendizado com reclamações e conflitos para que os bancos possam melhorar os seus serviços e a sua relação com os consumidores. Diálogo, aprendizado, aprimoramento e muito trabalho são forças motrizes da Comissão.

Bancos participantes da Comissão de Ouvidorias e Relações com Clientes da FEBRABAN

Banco BMG S.A.

Banco Bradesco S.A.

Banco BTG Pactual S.A.

Banco Cetelem S.A.

Banco Citibank S.A.

Banco Cooperativo do Brasil S.A. - BANCOOB

Banco Cooperativo Sicredi S.A.

Banco Credit Suisse (Brasil) S.A.

Banco CSF S.A.

Banco Daycoval S.A.

Banco Digió S.A.

Banco do Brasil S.A.

Banco do Estado do Rio Grande do Sul S.A.

Banco do Nordeste do Brasil S.A.

Banco Inbursa S.A.

Banco Inter S.A.

Banco J. P. Morgan S.A.

Banco Mercantil do Brasil S.A.

Banco Original S.A.

Banco PAN S.A.

Banco Pine S.A.

Banco Rendimento S.A.

Banco Safra S.A.

Banco Santander (Brasil) S.A.

Banco Toyota do Brasil S.A.

Banco Triângulo S.A.

Banco Votorantim S.A.

Banco Yamaha Motor do Brasil S.A.

BANESTES S.A. Banco do Estado do Espírito Santo

BRB - Banco de Brasília S.A.

Caixa Econômica Federal

China Construction Bank (Brasil) Banco Múltiplo S.A.

Itaú Unibanco S.A.

MULTIPLICIDADE DOS CANAIS DE ATENDIMENTO

Da mesma forma que o ambiente de negócios vem sendo impactado pelas novas tecnologias, as interações entre os consumidores e os bancos têm se dado, cada vez mais, por meio dos canais digitais de atendimento. Atentos às novas demandas dos clientes e visando conferir a comodidade e a agilidade características desses canais, considerando também que a pandemia da COVID-19 contribuiu para o aumento do uso do atendimento bancário digital, os bancos têm oferecido uma ampla gama de soluções digitais, abrangendo praticamente todos os tipos de prestação de serviços e contratação de produtos.

Essa revolução se dá com o suporte das tecnologias cognitivas e de inteligência artificial, utilizadas para apoiar o atendimento ao cliente em suas demandas cotidianas. O profissional de atendimento, seja por telefone, internet ou pessoalmente, ganha então a possibilidade de atuar de forma mais consultiva, orientando o cliente em assuntos mais complexos e sofisticados.

SEGUNDO A PESQUISA FEBRABAN DE TECNOLOGIA BANCÁRIA 2020*...



R\$ 24,6 bilhões foi o orçamento dos bancos destinado a tecnologias para melhor atender as novas demandas dos clientes



63% das transações bancárias foram realizadas por aplicativo de mobile ou internet banking



6,5 milhões de contas foram abertas pelo celular – um aumento de 66% em relação a 2018

*DADOS RELATIVOS A 2019

Canais de atendimento bancário

A diversidade de canais de relacionamento possibilita que o cliente opte pelo mais prático e assertivo, de acordo com a sua disponibilidade e a natureza de sua solicitação. Assim, é importante lembrar as características e as funcionalidades de cada canal.

Internet banking

Disponibilizado para utilização em computadores e notebooks, oferece ao cliente a possibilidade de efetuar operações bancárias com ou sem movimentação financeira (tais como consultas de saldos, transferências, pagamentos de contas e resgates de investimentos) e também de contatar a instituição via chat.

Aplicativos

Oferecidos para smartphones e tablets, permitem a realização de operações bancárias com e sem movimentação financeira, bem como contato via chat. Têm ganhado a preferência do consumidor por conta da comodidade e da segurança obtidas com fortes investimentos em tecnologia feitos pelos bancos. É a ferramenta que permite ao cliente literalmente ter o banco na palma da mão.

Redes sociais

Permitem o esclarecimento de dúvidas e o envio de sugestões e demandas por meio de perfis em redes como Facebook, Instagram e Twitter, entre outros. Esses canais não se destinam à realização de transações. Desse modo, o usuário deve estar atento para o fato que os bancos não solicitam senhas e informações pessoais em canais de acesso público.

Central de Atendimento ao Consumidor (CAC)

Por meio das centrais, é possível acessar uma ampla gama de serviços, tais como a realização de transações e operações bancárias com ou sem movimentação financeira, mediante identificação positiva do cliente. Além disso, esses canais se destinam a esclarecer dúvidas sobre produtos e serviços do banco.

Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC)

Regulado por decreto federal, esse canal é destinado exclusivamente a reclamações, cancelamentos, dúvidas e informações gerais sobre produtos e serviços. Nesse canal não são realizadas operações bancárias e os consumidores não são identificados para acessarem o serviço. O atendimento deve estar disponível 24 horas por dia, todos os dias da semana.

Ouvidoria

Canal regulado pelo Banco Central do Brasil, as ouvidorias possuem competência para tratar demandas não solucionadas previamente nos demais canais de atendimento. Quando acionada pelo consumidor, a ouvidoria deverá avaliar o caso e proferir a última palavra da instituição financeira em relação à procedência da demanda.



DIGITAIS



TELEFÔNICOS



Agências

Nas agências é possível realizar todas as operações e transações bancárias. Com a evolução dos canais digitais, as agências físicas estão passando por inevitáveis transformações. Para além dos atendimentos tradicionais conhecidos e demandados pela população, o relacionamento e as soluções mais complexas e de maior valor agregado, como investimentos, vêm ganhando espaço nas agências.

Caixas eletrônicos

Permitem realizar operações com e sem movimentação financeira incluindo saques, depósitos, pagamentos e transferências – mesmo quando a agência está fechada. O horário de funcionamento varia conforme localização do caixa eletrônico e do banco, portanto, é válido verificar essas informações nos canais digitais ou na central de atendimento da instituição.

Correspondentes

Com a missão de aumentar a capilaridade do sistema financeiro e levar serviços para as mais diversas regiões do Brasil, os correspondentes são estabelecimentos credenciados pelos bancos, como casas lotéricas, supermercados e agências dos Correios, que realizam operações de natureza bancária (pagamentos de contas e tributos e saques em dinheiro, entre outros).

CANAIS E DISPONIBILIDADE DE SERVIÇOS AO CONSUMIDOR

		Operações bancárias	Dúvidas e informações sobre produtos	Reclamações
DIGITAIS	Internet banking	●	●	●
	Aplicativos	●	●	●
	Redes sociais		●	●
TELEFÔNICOS	Central de Atendimento ao Consumidor (CAC)	●	●	●
	Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC)		●	●
	Ouvidoria			●
PRESENCIAIS	Agências	●	●	●
	Correspondentes	●		
	Caixas Eletrônicos	●		

OUVIDORIA

A ouvidoria é o canal de última instância de reclamação dos bancos e pode ser acionado em caso de demandas não solucionadas pelos demais canais

Canais em evolução

A facilidade e a agilidade no relacionamento dos bancos com os consumidores proporcionadas pela expansão dos canais digitais foram fundamentais no ano de 2020, quando as restrições à circulação fizeram crescer fortemente as interações digitais entre as instituições financeiras e os seus clientes.

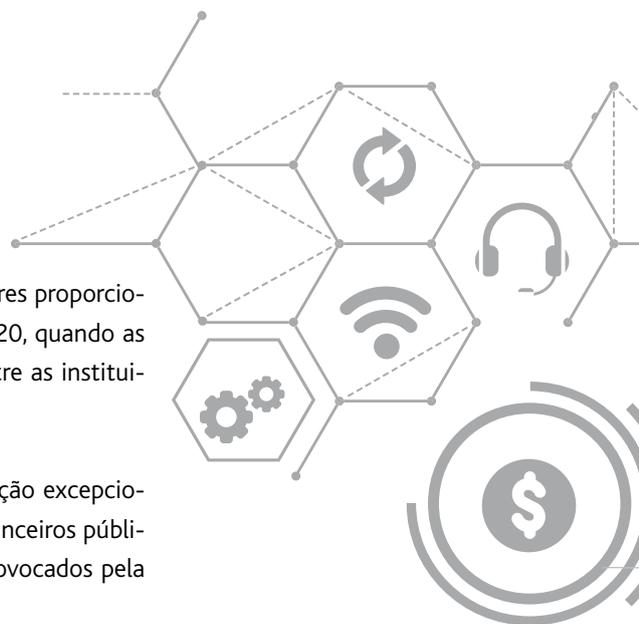
Além disso, o Brasil passou ao longo do ano por um processo de bancarização excepcional, garantindo a milhões de consumidores meios de receberem auxílios financeiros públicos necessários no âmbito do enfrentamento aos impactos econômicos provocados pela pandemia da COVID-19.

A resiliência que os bancos apresentaram durante a pandemia em seus canais de relacionamento com o consumidor é fruto de um processo contínuo de evolução, que, ao longo de décadas, acompanhou o desenvolvimento da tecnologia, da regulamentação e do comportamento do cliente para sempre oferecer a comunicação mais efetiva com o seu público.

O telefone e a massificação do uso dessa tecnologia revolucionou e substituiu boa parte das interações presenciais entre clientes e empresas. Como os canais de oferta foram naturalmente expandidos a partir do crescimento do consumo, a intervenção estatal veio com o intuito de garantir que as queixas dos consumidores fossem ouvidas – e tratadas – dentro das organizações.

O Decreto nº 6.523/2008, obrigou então os mercados regulados a implantar o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), disciplinando a implantação e o funcionamento desse serviço pelas empresas nos mercados regulados, como os bancos. Nesse contexto, a Autorregulação Bancária da FEBRABAN publicou seu Normativo nº 003/2008, que objetivava ir além das regras estatais e dar um claro sinal de que o setor centrava esforços na direção das melhores práticas de mercado da época.

Também foi disciplinada, por meio do Conselho Monetário Nacional, a atividade de ouvidoria, a fim de garantir um padrão de qualidade e atendimento para esse canal de última instância dentro das instituições financeiras. Atualmente, as regras do Conselho Monetário Nacional de constituição e o funcionamento das ouvidorias estão contidas na Resolução 4.860, de 2020. O tema, desde 2019, também passou a fazer parte das regras da Autorregulação FEBRABAN – Normativo SARB nº 022.



Com o advento dos smartphones, somado aos investimentos robustos dos bancos em tecnologia e segurança, o digital ganhou espaço junto aos clientes. O volume de interações cresce continuamente, acompanhando as expectativas do consumidor por maior comodidade ao se relacionar com as instituições financeiras. Ou seja: quanto mais fáceis e mais convenientes forem os canais disponibilizados, maior a tendência de utilização pelos consumidores.

Essa revolução vem acontecendo no ambiente de cada banco, e também por meio de ações apoiadas pela FEBRABAN. Exemplo disso é a plataforma de solução de conflitos de consumo Consumidor.gov.br, criada pela Secretaria Nacional do Consumidor em 2014. A plataforma, exclusivamente digital, conta com o apoio do setor desde sua criação e atualmente com a adesão de praticamente todo o setor financeiro.

O espírito da autorregulação – estabelecer padrões ainda mais elevados de conduta, além do estritamente legal – certamente colaborou com essa evolução dos canais de relacionamento com um consumidor cada vez mais exigente. E assim o setor bancário seguirá acompanhando – e superando – as expectativas de um relacionamento célere e transparente com os seus clientes.

CANAIS DE RELACIONAMENTO ATRAVÉS DO TEMPO



COVID-19: INICIATIVAS E IMPACTOS PARA O SETOR

Desde março de 2020, com a declaração da pandemia da COVID-19 pela Organização Mundial da Saúde (OMS) e com o crescimento dos casos de COVID-19 ao redor do mundo, as medidas restritivas adotadas por governos impactaram fortemente a atividade econômica do País, gerando queda no consumo e nos investimentos do setor produtivo em múltiplas indústrias, incluindo o setor bancário. Para amenizar os efeitos negativos do coronavírus, a FEBRABAN e seus bancos associados anunciaram orientações e medidas para colaborar nos esforços para conter a disseminação da pandemia identificada pela Organização Mundial da Saúde (OMS).

Iniciativas do setor bancário para amenizar os efeitos do novo coronavírus

A FEBRABAN e os bancos trabalharam juntos no ano de 2020 na implementação de iniciativas para amenizar os efeitos da pandemia no Brasil, por meio de diversas frentes. Entre as iniciativas, estão doações, renegociações de dívidas de clientes, adoções de protocolos sanitários em suas operações e redes de agências e elaboração de estudos visando contribuir com o entendimento dos impactos da pandemia sobre os consumidores.

Doações e linhas de crédito

A FEBRABAN e o setor bancário se mobilizaram para apoiar a sociedade por meio da doação de recursos financeiros que totalizaram mais de R\$ 1,6 bilhão. Esses recursos foram alocados nos mais diversos domínios, incluindo suporte ao sistema de saúde, às populações mais vulneráveis e aos pequenos empresários e agricultores.

Destaca-se, desse total, a doação individual de uma instituição financeira no valor de R\$ 1 bilhão – maior iniciativa filantrópica já ocorrida no Brasil –, que foi administrada por um conselho de profissionais de saúde.

Na saúde, os recursos doados contribuíram para viabilizar hospitais de campanha, melhoria em infraestrutura hospitalar, equipamentos hospitalares, kits para testes e máscaras. Ademais, as doações à saúde também apoiaram diretamente instituições de alta relevância no Brasil, como a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) e o Instituto Butantan, contribuindo com a capacidade de testagem e a produção de vacinas lideradas por essas organizações.

Famílias em situação de maior vulnerabilidade foram apoiadas com cestas de produtos básicos, alimentos e itens de higiene e limpeza. Já os pequenos negócios foram incentivados com a compra de máscaras e alimentos por eles produzidos.

Ainda foram distribuídas linhas de crédito com múltiplas finalidades dentro do setor da saúde, que beneficiaram instituições hospitalares e contribuíram com a fabricação de respiradores.

Renegociação de dívidas

Os impactos sociais e econômicos da COVID-19 afetaram consumidores e empreendedores por todo o País, trazendo dificuldades financeiras para o seu dia a dia. Para minimizar esses impactos socioeconômicos, os bancos se comprometeram em renegociar dívidas de clientes pessoas físicas e micro e pequenas empresas ao longo de 2020. No período de 16 de março a 31 de dezembro, o setor renegociou 16,8 milhões de contratos com operações em dia, que têm um saldo devedor total de R\$ 971,5 bilhões. A soma das parcelas suspensas dessas operações repactuadas totaliza R\$ 146,7 bilhões.

Esses valores geraram alívio financeiro imediato para empresas e consumidores, que passaram a ter uma carência entre 60 a 180 dias para pagar suas prestações, sendo que a maioria dos agentes beneficiados com prorrogação de parcelas é representada por pequenas empresas e pessoas físicas (R\$ 77,1 bilhões).

Entre 16 de março e 31 de dezembro, o setor bancário fez concessões de crédito para as micro e pequenas empresas de R\$ 325,2 bilhões, incluindo novos contratos e renovações. Nesse período, o setor renegociou 1,75 milhão de contratos de micro e pequenas empresas, no valor total de R\$ 105,1 bilhões, com carência entre 60 a 180 dias para o pagamento, com alívio no pagamento de parcelas de R\$ 17,4 bilhões. Importante registrar que, no âmbito do Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (PRONAMPE), já foram realizadas 516,7 mil operações, com desembolsos de R\$ 37,5 bilhões, enquanto no âmbito do Programa Emergencial de Acesso a Crédito (PEAC-FGI) os números chegam a 85,1 mil operações e R\$ 14,8 bilhões em desembolsos (apenas para as pequenas empresas).

Nesse sentido, é importante destacar que o endividamento e o delicado equilíbrio do orçamento das famílias sempre foram motivos de constante preocupação do setor financeiro. Além de medidas preventivas na oferta e na concessão do crédito, a construção de políticas de atendimento a consumidores endividados e superendividados é parte indissociável da agenda do setor.

Parte das políticas setoriais relacionadas à questão do endividamento estão contidas em um conjunto de regras da Autorregulação FEBRABAN. Resumidamente, esse conjunto

normativo trata da oferta e da concessão de crédito e também do tratamento de dívidas dos consumidores (normativos do Sistema de Autorregulação Bancária FEBRABAN nº 010/2013, nº 017/2016, nº 018/2017 e nº 019/2018).

Importante salientar que, caso a oferta ou a concessão do crédito não tenham sido adequadas, ou se o consumidor endividou-se excessivamente em decorrência de perda de renda ou mesmo des controle financeiro, é preciso que o setor ofereça respostas efetivas para o problema. Aprovado em 2017, o **Normativo nº 018** do Sistema de Autorregulação Bancária da FEBRABAN, que trata da negociação de dívidas, é uma ferramenta que consolida práticas setoriais de atendimento aos endividados e de interlocução com órgãos de defesa do consumidor e foi recentemente atualizado para incluir regras voltadas à negociação com multicredores, ou seja, que envolvam mais de um banco credor.

Não raro, além de atender às reclamações legítimas dos consumidores, os Órgãos de Defesa do Consumidor também procuram dar vazão a demandas que envolvem o endividamento dos consumidores. Com essa premissa, e aproveitando a organização do setor, foram criados mecanismos de atendimento a essas demandas intermediadas pelos Procons.

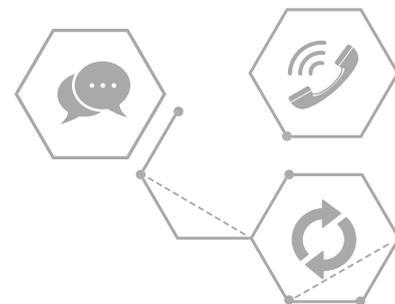
Com efeito, mutirões de negociação de dívidas são realizados pelos Procons em todo o Brasil, por meio da plataforma Consumidor.gov.br. Esses mutirões contam com a intermediação da FEBRABAN e, claro, com a participação ativa dos bancos nas negociações.

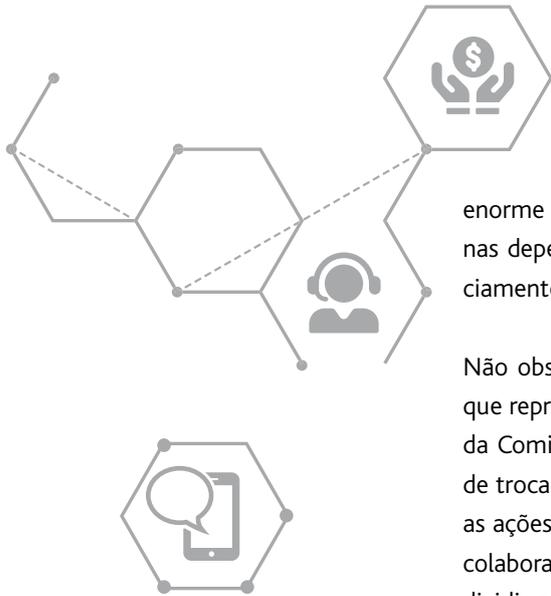
Protocolos sanitários

Devido às restrições à circulação aplicadas pelas autoridades decorrente dos riscos de disseminação do vírus, o setor promoveu orientações aos consumidores ao longo de 2020 por meio de campanhas de mídia e redes com o intuito de manter os clientes bem informados. Os consumidores foram incentivados a utilizar os canais de atendimento remoto – que oferecem praticamente todos os serviços disponíveis pelo sistema bancário – para as transações bancárias, com o objetivo de evitar a concentração de pessoas nas agências.

Visando atender a situações excepcionais, quando a presença nas agências é indispensável, os estabelecimentos bancários funcionaram em regime contingenciado, limitando o horário de atendimento e o número de pessoas em suas dependências. Adicionalmente, os bancos fizeram adaptações no atendimento de determinadas agências, atendendo em horários específicos exclusivamente a clientes de maior risco, especialmente aposentados e pensionistas, cumprindo, sempre, com todos os protocolos sanitários cabíveis, como medidas de distanciamento, demarcação de filas, higienização e uso de equipamentos de proteção.

Além disso, o setor precisou fazer adaptações excepcionais na condução das atividades presenciais para atender as medidas adotadas pelas autoridades públicas, como no caso do auxílio emergencial à população. Foram exigidos grandes esforços para atender ao





enorme fluxo de consumidores (aproximadamente 1/4 de toda a população brasileira) nas dependências bancárias e ainda seguir os protocolos sanitários referentes ao distanciamento, higiene e proteção.

Não obstante, a FEBRABAN se reuniu ao longo do ano com as 236 entidades sindicais que representam os cerca de 450 mil bancários de todo o Brasil, o que resultou na criação da Comissão Bipartite Covid-19. A Comissão estabeleceu um canal direto e permanente de troca de informações entre bancos e as entidades que representam os bancários sobre as ações a serem adotadas no âmbito da pandemia, incluindo medidas para proteção aos colaboradores. Além da adoção do regime de home office, os bancos se organizaram para dividir as equipes que ainda precisaram atuar presencialmente e definiram espaços diferenciados para cada grupo, de forma a atender os protocolos sanitários e reduzir o número de profissionais concentrados ao mesmo tempo nos locais de trabalho.

Estudo de tendências pós-COVID-19

O impacto da pandemia causou diversas mudanças no comportamento e nas preferências dos consumidores, impelindo autoridades e organizações a se readaptarem às suas necessidades e expectativas. Visando contribuir com o melhor entendimento dessas transformações no consumidor, a FEBRABAN lançou no ano de 2020 o estudo de publicação mensal denominado Observatório FEBRABAN. O estudo tornou-se uma relevante fonte de informações sobre a sociedade, ouvindo a população e estimulando o debate em diversos setores, por meio de pesquisas junto a amostras representativas da população brasileira.

O estudo trouxe à tona informações relevantes sobre temas como expectativa de recuperação da economia brasileira e da economia familiar e mudanças nos hábitos de consumo e convívio da população. Com isso, a FEBRABAN contribuiu com mais uma iniciativa para ampliar a aproximação dos bancos com a população, de forma cada vez mais transparente.

Canais de atendimento e os desafios impostos pela pandemia

O ano de 2020 trouxe grandes desafios ao setor bancário, e com os canais de atendimento, a situação não foi diferente. Exigiu-se dos bancos celeridade e assertividade nas medidas de mitigação dos impactos da COVID-19 em suas atividades e no relacionamento com seus clientes. Dessa forma, foi preciso transformar boa parte das operações de forma inédita sem comprometer a qualidade de trabalho dos colaboradores, bem como a segurança e o nível de serviço aos consumidores.

Segundo a Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2020, em abril de 2020 foi registrado um aumento de 22% nas transações realizadas por pessoas físicas via mobile banking, em comparação com janeiro daquele ano. A participação desse canal no total de transações passou de 57% para 67% no mesmo período. Essa adesão aos canais digitais

também impulsionou um aumento em novas modalidades de relacionamento digital com o cliente, como o webchat (crescimento 85% entre janeiro e abril de 2020) e o chatbot (incremento de 78% no período). São os bancos explorando novas tecnologias para tornar mais eficiente e veloz a comunicação com o consumidor.

Adaptação ao home office

Durante os primeiros meses de 2020, após o alerta de pandemia pela Organização Mundial da Saúde e a necessidade de cumprimento dos protocolos sanitários estabelecidos pelas autoridades brasileiras ao longo de todo o território nacional, organizações de todos os setores, incluindo o bancário, precisaram adaptar suas operações às novas regras de mitigação do vírus.

Nesse período, os bancos então buscaram migrar suas operações presenciais para o novo regime de home office, no qual seus atendentes também passaram a operar a partir de suas residências, incluindo os canais Central de Atendimento ao Consumidor (CAC), Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) e Ouvidoria. Essa mobilização foi capaz de garantir o atendimento ao consumidor, mesmo em um momento de aumento no número de chamados.

Por meio do esforço e organização da FEBRABAN e do setor bancário, foi possível monitorar diversos indicadores de modo a aprimorar o entendimento do impacto da pandemia nas operações de atendimento ao consumidor, a fim de auxiliar a tomada de medidas de mitigação de riscos nas atividades.

Apesar do desafio, os bancos conseguiram migrar com sucesso suas operações de atendimento ao regime de home office, atingindo índices elevados que chegaram a alcançar 97% do pessoal trabalhando de sua própria casa, como no caso da ouvidoria.

PATAMAR MÁXIMO ATINGIDO PELA PARCELA DOS COLABORADORES EM REGIME DE HOME OFFICE EM 2020



97%
Ouvidoria



73%
SAC

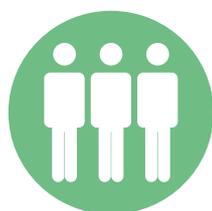


65%
CAC

Fonte: FEBRABAN

Adicionalmente, os esforços empregados na manutenção do bom ambiente de trabalho para os colaboradores e do bom atendimento aos seus clientes por meio desses canais resultaram em uma diminuição progressiva do afastamento no trabalho e uma manutenção positiva no nível de satisfação dos consumidores ao longo do ano de 2020.

PARCELA DE COLABORADORES AFASTADOS DO TRABALHO NO SAC EM 2020 (MÉDIA DE CADA MÊS)



32%
Março



10%
Dezembro

O pessoal afastado foi reduzido a menos de um terço no período

Fonte: FEBRABAN

Inclusão digital

Até o início de 2020, e apesar das transformações vistas no comportamento digital dos clientes, uma parcela de consumidores ainda pouco se valia de canais de atendimento remoto com seus bancos – tais como mobile banking, internet banking e call centers –, seja pelo costume de tratar seus assuntos presencialmente nas agências ou por pouca familiaridade com os meios digitais.

Devido às restrições de circulação enfrentadas ao longo desse período, parte dos esforços da comunicação empregada pelos bancos foi alocada para incentivar e educar os consumidores a utilizarem as plataformas remotas, reafirmando seus benefícios e sua multifuncionalidade, já que permitem realizar praticamente todas as operações e transações financeiras sem a necessidade do comparecimento às agências.

O setor precisou superar grandes desafios, pois muitos clientes precisaram aprender a se familiarizar com esses canais, exigindo dos bancos uma atenção especial na orientação para utilização dessas plataformas.

CULTURA DO CUMPRIMENTO DE NORMAS: AUTORREGULAÇÃO DE OUVIDORIAS

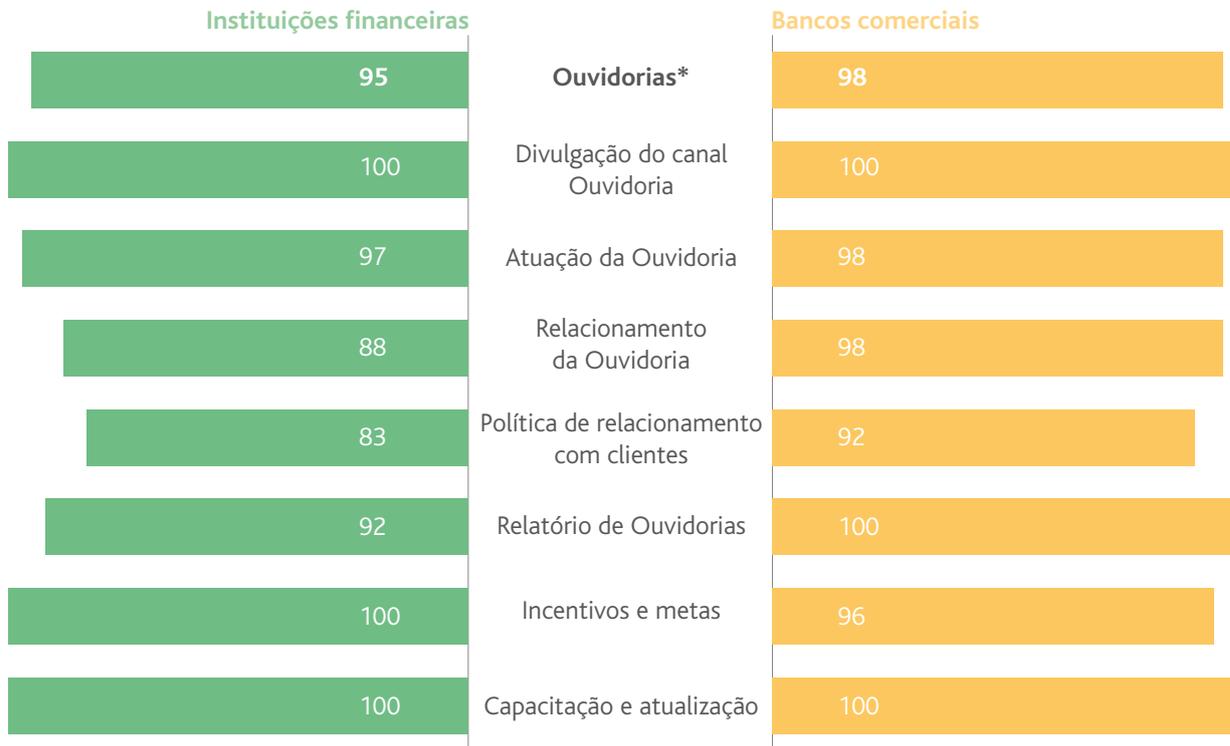
O relacionamento com os consumidores é um tema prioritário para os bancos, exemplo disso foi a criação da Autorregulação da FEBRABAN. Criado em 2008 para antever problemas e investir, dentro de uma entidade de classe, no enfrentamento de questões de relacionamento entre bancos e consumidores, o sistema evoluiu em seus esforços de efetividade, governança, ampliação de compromissos e, em 2019, ampliou suas regras ao publicar normativo que consolida as melhores práticas de ouvidorias do setor.

Os temas discutidos e abordados pela autorregulação de ouvidorias são abrangentes, e passam por acesso, divulgação, atuação, gestão de demandas, qualidade das respostas, redução de prazos, autonomia, novos produtos, relacionamento com órgãos externos, política de relacionamento com clientes, definição de alçadas, padronização do relatório de ouvidorias, metas, incentivos e capacitação.

Na prática, a autorregulação de ouvidorias já apresentou indicadores que confirmam o engajamento das instituições financeiras em ir além do que preconiza a regulamentação. Um exemplo é o Índice de Conformidade atingido em 2020, que revela um alto nível de adequação às regras estabelecidas pelo normativo de ouvidorias em indicadores como divulgação, atuação, reporte, incentivos e capacitação dos colaboradores que atuam nas ouvidorias, especialmente entre os bancos comerciais.



ÍNDICE DE CONFORMIDADE – AUTORREGULAÇÃO DE OUVIDORIAS



* Média de todos os indicadores



ATUAÇÃO INSTITUCIONAL DA COMISSÃO DE OUVIDORIAS DA FEBRABAN EM 2020

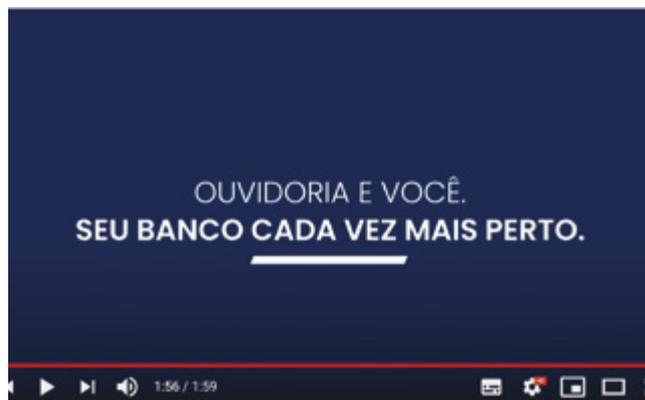
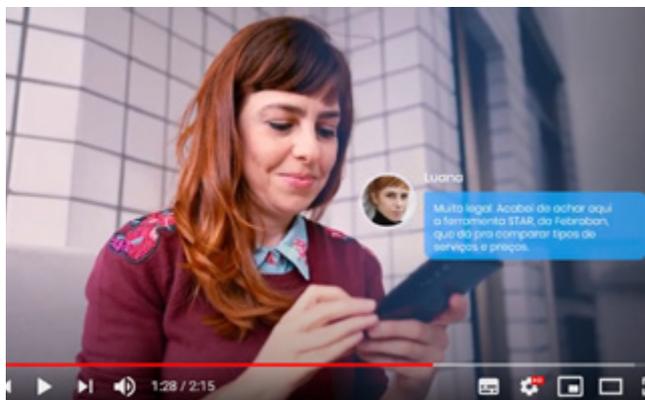
A Comissão de Ouvidorias e Relações com Clientes da FEBRABAN vem trabalhando fortemente no aperfeiçoamento do atendimento aos consumidores e no relacionamento com o regulador e com os órgãos de defesa do consumidor. As experiências aprendidas dentro das instituições financeiras foram trazidas para a FEBRABAN por cada ouvidor. A Federação, por sua vez, exerce seu papel aglutinador e reúne os especialistas no intuito de antecipar pautas relevantes e, sob a premissa da mediação, construir soluções setoriais. Ao longo do ano de 2020, a Comissão realizou diversas iniciativas, entre as quais destacamos:

Ouvidoria e Você – As ouvidorias mais próximas dos consumidores

O objetivo dessa série de vídeos é disseminar conhecimento sobre temas relevantes de interesse dos consumidores sobre o setor financeiro, bem como esclarecer sobre as atribuições de cada um dos canais de atendimento dos bancos.

Em 2020, a série contou com um novo formato, no qual cada vídeo conta uma história enquanto aborda uma situação do cotidiano de forma leve, com linguagem coloquial e a opinião de um especialista. Os vídeos tratam de temas como liberdade de contratação, prevenção contra fraudes e escolha do pacote de serviços.

As peças estão disponíveis na [página da FEBRABAN no YouTube](#), e foram divulgadas nos perfis da entidade no LinkedIn e no Facebook.



Seminário de Relacionamento com o Consumidor (SEMARC)

A 16ª edição Seminário de Relacionamento com o Consumidor foi realizada em 2020 de forma totalmente virtual e, pela primeira vez, aberta ao público em geral.

O evento teve como tema "30 anos do Código de Proteção e Defesa do Consumidor e os avanços na relação com o consumidor sob a perspectiva da vulnerabilidade". Os debates abordaram as boas práticas e os temas que afetam o dia a dia dos consumidores, tais como o relacionamento com os públicos vulneráveis, a autorregulação do crédito consignado e a negociação de dívidas no contexto da pandemia.

A abertura do evento contou com a participação da Secretária Nacional do Consumidor, Juliana Domingues, da chefe do Departamento de Supervisão de Conduta do Banco Central, Andreia Vargas, e do presidente da FEBRABAN, Issac Sidney. A íntegra do SEMARC 2020 está disponível na plataforma noomis.

Em sua trajetória de diálogo, o evento acompanhou a evolução de um mercado cada dia mais competitivo e abrangente em todos os aspectos que permeiam a relação entre consumidores e fornecedores. Há mais de uma década e meia, o SEMARC reúne no mesmo ambiente os órgãos de proteção ao consumidor, o regulador do sistema financeiro, especialistas e instituições financeiras para a discussão dos temas que afetam o dia a dia dos consumidores.

Em sua versão original, o Seminário de Atendimento Bancário (SEMAT) inaugurou as discussões em torno das perspectivas para o atendimento e o relacionamento com o cliente, abordando temas como atendimento e relacionamento com o cliente.

Em 2008, o evento evoluiu em formato e conteúdo. Inicialmente voltado para os temas do setor bancário, o encontro avançou para reuniões regionais e um seminário nacional transmitido pela internet e disponível a todos os representantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.



Naquele ano, o evento foi renomeado para Seminário de Relações com Clientes (SEMARC), e o enfoque passou a ser o debate em torno de construção de soluções negociadas. Em 2020, por solicitação dos órgãos de defesa do consumidor, o evento passou a se chamar Seminário de Relacionamento com o Consumidor.

Realização de mesas de diálogo entre Defensorias Públicas e instituições financeiras

A Mesa de Diálogo é um instrumento previsto em norma da Autorregulação da FEBRABAN desde 2008 e visa debater e aperfeiçoar a qualidade do atendimento bancário. A FEBRABAN reúne os representantes locais das instituições financeiras que, sob acompanhamento da Comissão de Ouvidorias, tratam do aprimoramento de questões locais do atendimento em agências. A iniciativa de solucionar conflitos pela via do diálogo demonstra a maturidade do setor e dos órgãos de proteção dos consumidores e permite às partes exercitar o diálogo franco e construtivo, além de evitar medidas como a judicialização.

Relacionamento com o Banco Central

A Comissão de Ouvidorias mantém diálogo permanente com o Banco Central – em especial com representantes do Departamento de Atendimento ao Cidadão (DEATI) e do Departamento de Supervisão de Conduta (DECON), para monitoramento de demandas de consumidores e discussão de ações e boas práticas voltadas à mediação de conflitos e ao aperfeiçoamento

de produtos e serviços bancários. Assuntos derivados de demandas recorrentes e temas ligados a assuntos regulados e autorregulados, entre outros, são levados a esse qualificado foro.

Cooperação com o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor

A FEBRABAN e os ouvidores membros da Comissão de Ouvidorias e Relações com Clientes realizaram, em 2020, reuniões institucionais com as Defensorias de todas as regiões do País. O objetivo foi, além de impulsionar o relacionamento, dar conhecimento da agenda da autorregulação e das ouvidorias, bem como endereçar soluções para as demandas mais recorrentes de cada região.

Sistema de Informações de Relacionamento FEBRABAN e SNDC

A FEBRABAN atualizou o Sistema de Informações de Relacionamento FEBRABAN e SNDC (SIR) para torná-lo ainda mais ágil e transparente aos usuários. Agora, os técnicos dos Procons têm acesso direto ao sistema, que também passa a trazer orientações, informações e solicitações de mutirões de negociação de dívidas realizados em parceria com a FEBRABAN.

Criado para promover e auxiliar os órgãos que integram o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor a encontrar, de um jeito rápido e eficaz, em cada região do País, o contato dos profissionais das instituições financeiras que lhes prestam atendimento direto, o SIR disponibiliza diversos materiais e notícias sobre temas atuais e relevantes aos seus usuários.



Proteção dos consumidores potencialmente vulneráveis

O tratamento dos públicos vulneráveis é um tema que ganhou destaque na política de relacionamento dos bancos com os seus consumidores.

A Política de Relacionamento com Clientes, prevista na Resolução nº 4.539/16, do Conselho Monetário Nacional, reforça o que preconiza o Código de Proteção e Defesa do Consumidor no que se refere ao conceito de vulnerabilidade e ao critério de hipossuficiência como medida de reequilíbrio da relação entre as partes.

A necessidade do reconhecimento e do tratamento justo e equitativo dos públicos vulneráveis como parte fundamental da devida e efetiva condução das Políticas de Relacionamento com Clientes mostra-se inadiável e tornou-se prioritária na agenda de trabalhos do setor.

Alguns dos temas que têm sido objeto de debate e estudo pelo regulador e instituições financeiras são a mensuração da possível (e desejável) intersecção entre vulnerabilidades para a devida priorização de ações mitigatórias e a adaptabilidade das boas práticas internacionais à realidade brasileira. A busca pelo aprimoramento de ações e políticas de tratamento dedicadas aos públicos vulneráveis é um movimento sem volta, que visa atualizar as práticas e a gestão do sistema financeiro nacional ao cenário social e regulatório dos últimos anos.

Relacionamento com o consumidor idoso

Nesse contexto de tratamento dos públicos vulneráveis, o Conselho de Autorregulação aprovou, no dia 20 de outubro de 2020, o Normativo SARB 023, que traz regras de proteção a serem observadas pelas instituições financeiras signatárias no relacionamento com o consumidor idoso.

Entre as novas regras está o “Não Perturbe”, serviço de bloqueio de ligações indesejadas de telemarketing. O normativo também aborda a possibilidade de a Instituição Financeira bloquear movimentações ou transações financeiras suspeitas, atípicas ou recorrentes caso o consumidor se declare em situação de abuso patrimonial. Outro tema trazido pelo normativo é a disponibilização, mediante contratação, de serviços de alerta de transações e movimentações, com a possibilidade de cadastro do número de telefone do consumidor idoso ou de pessoa de sua confiança.

Essas regulamentações reforçam o compromisso das instituições financeiras com a qualidade do atendimento a esse público e os esforços em, quando as demandas não puderem ser solucionadas no primeiro atendimento, priorizar o tratamento de contatos registrados pelos consumidores idosos no SAC e na Ouvidoria.

Ao longo de 2020, o setor se dedicou e continua se dedicando fortemente ao debate e à construção de regras de autorregulação voltadas aos consumidores vulneráveis e se aproxima da criação de um normativo que busque aperfeiçoar os padrões de qualidade e serviços das instituições financeiras no relacionamento com esse público.

INDICADORES SETORIAIS DE ATENDIMENTO

Historicamente, o número de transações bancárias está em constante crescimento. Os dados mais recentes da Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária apontam que o número de transações bancárias em 2019 cresceu 11% em relação ao ano anterior, atingindo o expressivo número de 89,9 bilhões.

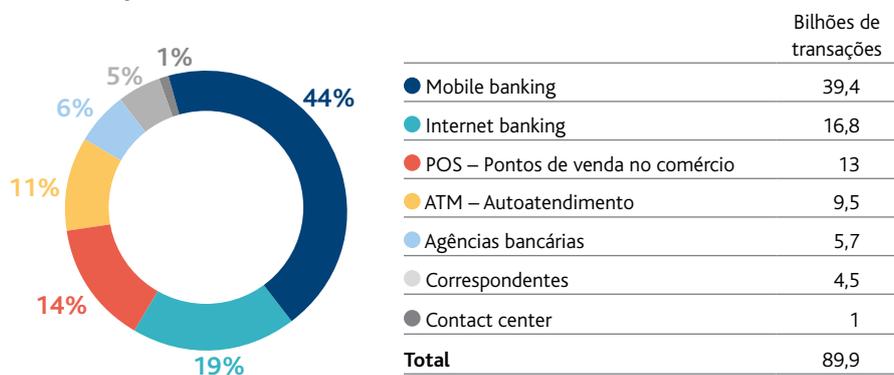
As contas ativas que utilizam mobile banking cresceram 34% em 2019 em relação a 2018, alcançando o patamar de 94 milhões, enquanto outras 56 milhões utilizam internet banking, que por sua vez cresceu 6% em 2019. A alta capilaridade das operações do sistema financeiro é advinda de um grande esforço e de investimentos dos bancos em prover facilidade, rapidez e praticidade para seus clientes acessarem seus produtos e serviços com a melhor experiência.

TENDÊNCIAS DIGITAIS NO SETOR BANCÁRIO

Com base na tendência digital e na mudança do comportamento do consumidor, e com o foco em oferecer a melhor experiência para clientes e usuários, os bancos estão se desenvolvendo e investindo para inovar a forma de atender e se relacionar com os consumidores, apresentando novas soluções digitais e aprimorando apli-

cativos, tecnologias e processos operacionais para gerar mais eficiência e agilidade nas transações. Adicionalmente, o cuidado com segurança dos dados nas transações é um fator de constante preocupação do setor com a disponibilidade e a capilaridade exigidas pelas operações e transações de caráter financeiro.

TRANSAÇÕES BANCÁRIAS POR CANAL EM 2019



FONTE: PESQUISA FEBRABAN DE TECNOLOGIA BANCÁRIA 2020

VOCÊ SABIA?

Em torno de 87,5% das transações bancárias registradas no ano de 2019 foram realizadas por autosserviço (sem o auxílio de atendimento humano), seguindo forte tendência de uso dos canais digitais. Independente disso, o setor mantém a disponibilidade dos canais humanos para a parcela da população que necessita de auxílio para realizar suas transações.

VOCÊ SABIA?

Em 2019, as contas com uso de mobile banking no Brasil chegaram a 94 milhões, um crescimento de 34% em relação ao ano anterior. Já as contas com uso de internet banking tiveram crescimento de 6% no mesmo período, chegando à marca de 56 milhões.

Fonte: Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2020

Indicadores setoriais de atendimento

De iniciativa da Comissão de Ouvidorias e Relações com Clientes da Febraban, o levantamento de Indicadores Setoriais de Atendimento reúne dados de diversas instituições financeiras do Brasil em matéria de atendimento em canais internos e externos, tais como volume de demandas, resolutividade e satisfação.

Buscando oferecer transparência aos impressionantes números do setor em matéria de atendimento, a FEBRABAN divulga dados e realiza análises dos indicadores de atendimento, cumprindo seu papel de prestar contas à sociedade.

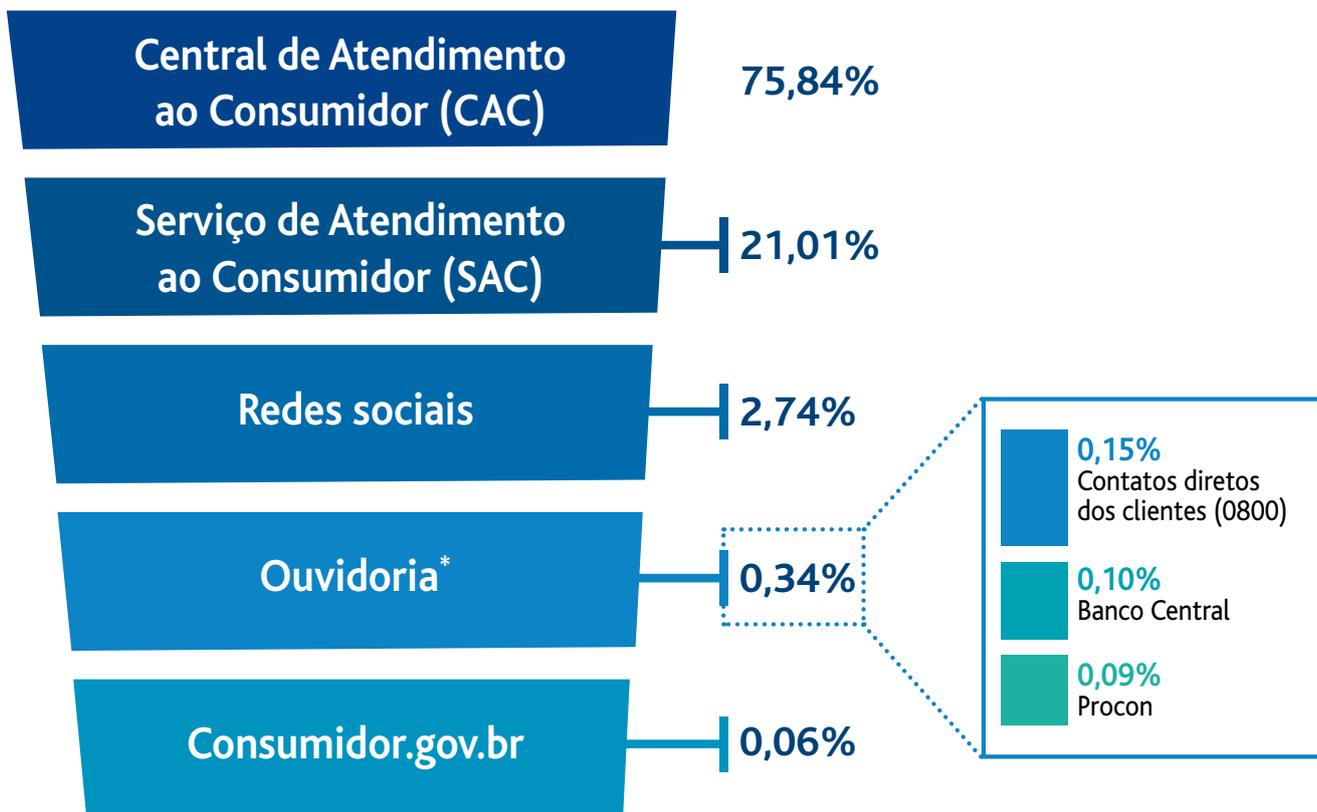
Em 2020, os indicadores de 15 instituições financeiras somaram mais de 200 milhões de atendimentos humanos, relacionados a todos os tipos de demandas, incluindo informações, solicitações, reclamações e cancelamentos. O volume total de demandas vem caindo por dois anos consecutivos – queda de 5% em 2019 em relação a 2018 e queda de 14% em 2020 em relação a 2019.

Esses números traduzem o esforço permanente dos bancos em oferecer o melhor atendimento e um elevado padrão de segurança e qualidade em seus serviços. A redução no volume total de reclamações reflete a capacidade dos bancos em dar vazão às demandas e atacar as suas causas, evitando assim a recorrência.

DEMANDAS NOS CANAIS DE ATENDIMENTO BANCÁRIO



DISTRIBUIÇÃO DE DEMANDAS POR CANAL



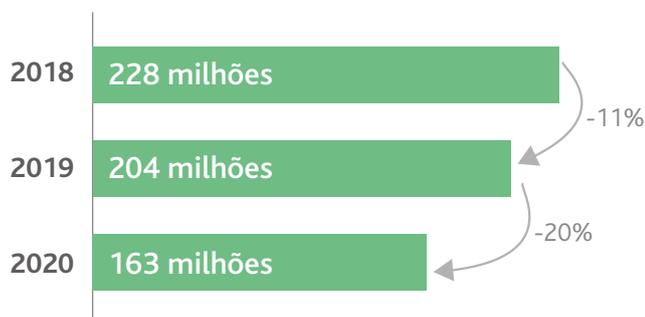
* De forma geral, as demandas recebidas por meio do Banco Central e do Procon são tratadas via ouvidoria pelas instituições financeiras



Central de Atendimento ao Consumidor (CAC)

As centrais de atendimento das instituições financeiras ainda são os canais mais utilizados pelos clientes, representando 76% do total de atendimentos humanos realizados ao longo de 2020. Importante destacar que diversas operações realizadas nos CACs também podem ser efetuadas através de aplicativos e sites, de modo que o total de demandas atendidas pelas centrais de atendimento telefônicas vem caindo ano a ano. Em 2020, houve uma queda de 20% no número de demandas pelas centrais em relação ao ano anterior – patamar ainda maior do que o registrado em 2019 em relação a 2018 (-11%).

DEMANDAS – CENTRAL DE ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR (CAC)

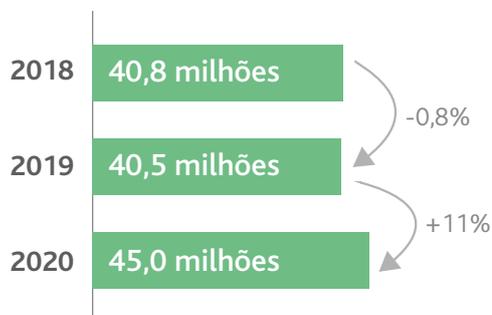


Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC)

O SAC é o segundo canal de relacionamento mais acessado pelos clientes das instituições financeiras brasileiras, reunindo 21% do total de demandas. Diferentemente do ocorrido com o CAC, seu número de demandas cresceu 11% em 2020 relativamente a 2019.

É importante mencionar que, apesar de serem impactados pelo aumento da demanda provocado pela pandemia, os canais CAC e SAC exerceram um relevante papel ao longo de 2020, uma vez que também serviram como suporte ao crescimento dos canais digitais e como ponto de esclarecimento de dúvidas e procedimentos junto aos consumidores recém bancarizados que ingressavam pela primeira vez nessas novas plataformas.

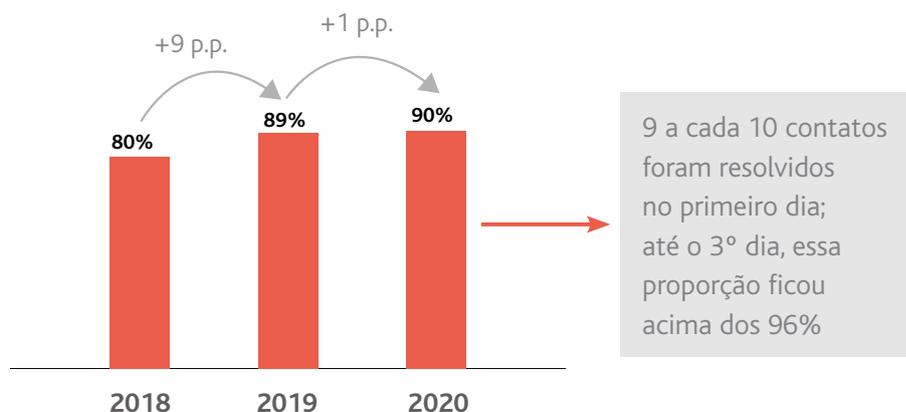
DEMANDAS – SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR (SAC)



Com foco em um atendimento de qualidade para esclarecimentos de dúvidas, cancelamentos e resoluções de reclamações, as instituições financeiras têm investido continuamente em tecnologia, processos e pessoas para aumentar a resolutividade e a agilidade na tratativa das demandas. Tais investimentos se traduzem, por exemplo, na melhora do tempo de resposta aos clientes no canal SAC.

A resolução das demandas no primeiro dia de contato junto ao SAC vem progressivamente aumentando nos últimos anos, mesmo com o aumento no número de demandas observado no ano de 2020, quando o índice alcançou o patamar de 90% de resolutividade. Além disso, os atendimentos no canal estão mais ágeis no tempo de resposta, sendo 69% resolvidos em linha e no primeiro contato.

DEMANDAS RESOLVIDAS NO DIA DO PRIMEIRO CONTATO



Esse alto índice de efetividade do canal faz com que um percentual reduzido de demandas migre para outros canais internos e externos à instituição financeira. O quadro abaixo mostra o percentual de demandas iniciadas no SAC e que, em função da solução apresentada, não migraram para ouvidoria, Procon, Banco Central e Poder Judiciário.

ÍNDICE RESOLUTIVIDADE DO SAC (2020)

		Melhoria em relação a 2019
Ouvidoria	99,5%	+0,2 p.p.
Procon	99,9%	Sem alteração
Banco Central	99,9%	+0,1 p.p.
Ações judiciais	99,9%	+0,1 p.p.

Apenas 0,5% das pessoas que foram atendidas no SAC recorreram à ouvidoria

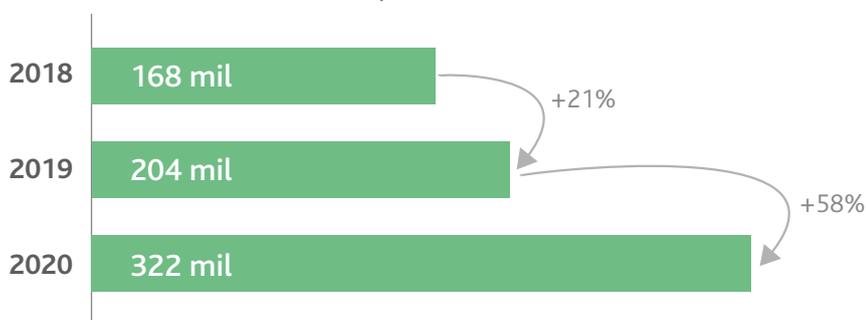
REDES SOCIAIS

A expectativa do setor é que o canal continue crescendo. Atualmente as redes sociais representam 3% das demandas totais dos consumidores bancários e estima-se que o seu volume total tenha superado os 5 milhões em 2020.

Ouvidoria

A ouvidoria é o canal responsável por recepcionar e mediar as demandas não solucionadas nos canais primários de atendimento da própria instituição financeira. A participação no total de atendimentos foi, em 2020, de 0,34% do total de demandas – incluindo contatos diretos dos clientes (0800), Procon e Banco Central. Essa participação representa 322 mil contatos recebidos pelo canal nesse período, número superior ao ano de 2019 e que refletiu o investimento no aumento na capacidade de atendimento dos bancos.

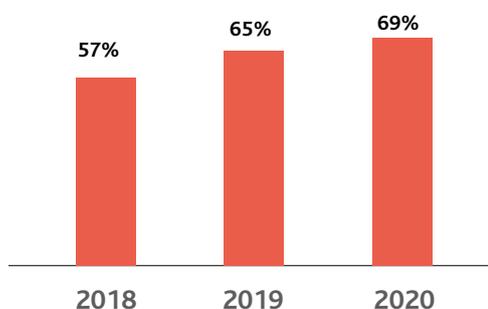
DEMANDAS – OUVIDORIA (CONTATOS DIRETOS DOS CLIENTES 0800)



A busca das instituições financeiras pelo aumento de efetividade no tratamento de demandas também tem trazido impactos significativos aos canais de ouvidoria. Nesse sentido, mesmo sob os efeitos da pandemia no setor, observou-se que o índice de satisfação nas ouvidorias manteve-se em linha com os anos anteriores. Essa avaliação se refere tanto ao atendimento quanto à solução apresentada pelo canal ao consumidor.

Além da satisfação elevada, os constantes investimentos e ações das instituições financeiras com foco nos clientes trouxeram um aprimoramento no tempo de resposta da ouvidoria, que observou em 2020 mais um ano de crescimento na resolução das demandas no prazo de até cinco dias úteis.

RESOLUÇÃO DE DEMANDAS PELA OUVIDORIA EM ATÉ 5 DIAS ÚTEIS



Banco Central e Consumidor.gov.br

As demandas registradas no Sistema de Registro de Denúncias, Reclamações e Pedidos de Informações (RDR) do regulador representaram alta de 20% em 2020 em relação ao ano anterior. Por ser um canal digital, ele acabou absorvendo um maior número de demandas devido aos efeitos da pandemia. Vale ressaltar ainda que a maioria dessas demandas (83%) registradas no ano não refletiram indícios de descumprimento de lei ou regulamentação de supervisão do Banco Central por parte das instituições financeiras.

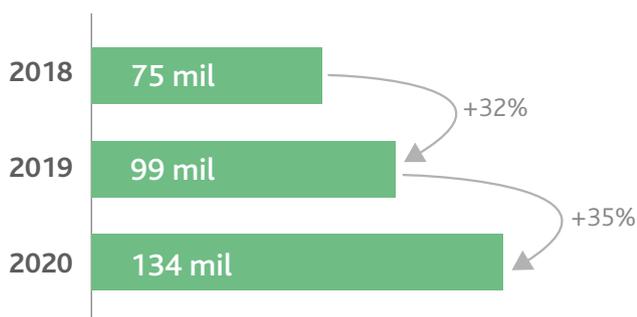
DEMANDAS – BANCO CENTRAL



Atualmente, 134 instituições financeiras estão cadastradas no portal do governo federal Consumidor.gov.br – entre bancos, financeiras e administradoras de cartões – e atuam fortemente para atender as reclamações de clientes e usuários. A interação direta do consumidor com seu banco para a resolução de sua demanda proporciona rapidez e eficiência nos atendimentos. Os bancos estão comprometidos em atender todo o tipo de demandas na plataforma oficial da Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), sejam elas reclamações ou pedidos de negociação de dívidas.

A divulgação e estímulo ao uso do portal realizados pela própria Senacon e pela Comissão de Ouvidorias da FEBRABAN estão provocando um crescimento no número de instituições cadastradas no portal e gerando um aumento no volume de demandas sobre assuntos financeiros, que por sua vez cresceu mais de 35% em 2020 em relação a 2019. Além disso, a inclusão digital dos consumidores acelerada pelas medidas de restrição de circulação ocorridas na pandemia também contribuiu para o incremento do uso deste canal.

DEMANDAS – CONSUMIDOR.GOV.BR



18%
Queda no número
de ações judiciais
contra instituições
financeiras*

* Amostra de 5 instituições
financeiras

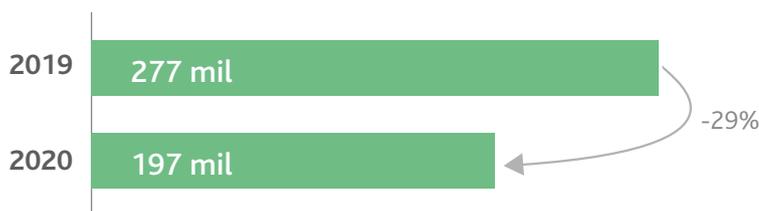
Mesmo com o crescimento expressivo do volume de demandas na plataforma Consumidor.gov.br, o nível de satisfação com a resolutividade dos problemas se manteve em 2020.

Com maior disseminação do Consumidor.gov.br, o setor bancário vem trabalhando para aprimorar o seu atendimento também junto a essa plataforma. Os bancos têm mantido o patamar de 80% de resolutividade para esse canal, garantindo, assim, que a cada dez pessoas que demandam as instituições financeiras pela da plataforma, oito sejam plenamente atendidas de forma rápida e sem qualquer burocracia.

Procon

O volume das demandas registradas pelos Procons sofreu a expressiva redução de 29% no ano de 2020 em relação a 2019, tendo sido essa quantidade influenciada principalmente pela queda de 54% do número de audiências realizadas no mesmo período, fenômeno intimamente relacionado aos efeitos da pandemia da COVID-19.

DEMANDAS – PROCON



Bancos Participantes do Relatório Anual de Ouvidorias

Banco BMG S.A.

Banco Mercantil do Brasil S.A.

Banco Bradesco S.A.

Banco Santander (Brasil) S.A.

Banco Cooperativo Sicredi S.A.

Banco Triângulo S.A.

Banco CSF S.A.

Banco Votorantim S.A.

Banco Daycoval S.A.

BRB – Banco de Brasília S.A.

Banco do Brasil S.A.

Caixa Econômica Federal

Banco do Nordeste do Brasil S.A.

Itaú Unibanco S.A.

Banco Inbursa S.A.

FEBRABAN

Federação Brasileira de Bancos

Av. Brig. Faria Lima, 4.300
São Paulo/SP

www.febraban.org.br
www.autorregulacaobancaria.com.br